

# Rapport final

## Travail chez le partenaire – *Arbeit beim Partner*

Septembre 2019 – Décembre 2020

OFAJ  
DFJW



Par Nicolas Etienne – Chargé de projets chez SpielFabrique

Le 24 janvier 2021, à Berlin

<b>REMERCIEMENTS .....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>4</b>
<b>I) MES MISSIONS CHEZ SPIELFABRIQUE .....</b>	<b>5</b>
<b>1. LE PROGRAMME D’ACCELERATION : LE MOTEUR DE MON ANNEE.....</b>	<b>5</b>
- LE WORKSHOP A DÜSSELDORF, UN DEFI D’ORGANISATION !.....	5
- LES WORKSHOPS VIRTUELS AVEC LA COVID-19, UN DEFI POUR LA CREATIVITE !.....	6
<b>2. LE MARCHÉ FRANCO-ALLEMAND DE CO-PRODUCTION POUR LES JEUX VIDEO : UN OBJECTIF ATTEINT !.....</b>	<b>7</b>
<b>3. LES PROJETS INTERNATIONAUX AU-DELA DE LA FRANCE ET L’ALLEMAGNE.....</b>	<b>9</b>
- ENTER AFRICA : LES RICHESSES CULTURELLES DE L’ACCOMPAGNEMENT DE START-UPS AFRICAINES.....	9
- <i>EUROPEAN GAMES DEBATE</i> : UN EVENEMENT A GRANDE ECHELLE !.....	10
<b>II) MON EVOLUTION CHEZ SPIELFABRIQUE .....</b>	<b>11</b>
<b>1. LES DEVELOPPEMENTS DE MES COMPETENCES .....</b>	<b>11</b>
<b>2. LA POURSUITE D’UN PROJET PROFESSIONNEL PRECISE .....</b>	<b>12</b>

## Remerciements

*J'aimerais ici remercier les personnes qui m'ont accompagné lors de cette année AbP.*

*En premier lieu, Odile Limpach et Thierry Baujard, qui m'ont fait confiance dans la réalisation des missions développées ci-après et m'ont permis de prendre confiance en moi et développer des savoirs et savoir-faire tout au long de ce programme. Je les remercie de prolonger leur confiance envers moi encore aujourd'hui.*

*À l'OFAJ, et tout particulièrement, Noëlle Marceaux qui a toujours été disponible au cours de l'année pour suivre mon parcours et celui des autres AbP.*

*À l'ensemble des personnes qui ont participé à nos projets, qui ont eu la gentillesse de soutenir et d'améliorer mon travail à SpielFabrique, malgré les défauts qu'il pouvait avoir. J'en retire une sincère gratitude et le sentiment d'apprendre tous les jours auprès d'eux.*

## Introduction

Avant de commencer mon année *Arbeit beim Partner* (AbP), je faisais un volontariat écologique franco-allemand (VEFA), programme également soutenu par l'Office franco-allemand pour la jeunesse (OFAJ). Mon envie de continuer à améliorer ma connaissance de la langue allemande, et afin de poursuivre mon expérience internationale, me poussait à vouloir travailler en Allemagne, si possible dans un domaine proche de ce que j'avais étudié : la gestion de projets internationaux.

À travers les séminaires de mon VEFA, j'ai découvert le programme AbP et j'ai commencé à rechercher une structure qui me motivait. SpielFabrique proposait un poste de chargé de projets pour son programme d'accélération pour des studios de jeux vidéo français et allemands. L'idée de découvrir le fonctionnement d'une industrie que je ne connaissais pas et d'accompagner de jeunes entreprises me motivait particulièrement. SpielFabrique était la seule structure qui proposait cela, en plus de participer à la construction d'une communauté franco-allemande dans l'industrie du jeu vidéo. Une communauté composée de studios, de développeurs et d'experts de l'industrie, qui permettrait de faire grandir les entreprises plus vite et de les renforcer, grâce à des échanges de connaissances, de compétences et de services entre les acteurs des deux pays.

Mes motivations en entrant à SpielFabrique était donc de participer à construire cette communauté franco-allemande et de comprendre le fonctionnement de cette industrie. Je voulais également développer des compétences professionnelles à l'international. Je voyais également dans cette expérience la possibilité d'expérimenter les relations internationales et en particulier franco-allemandes en dehors du contexte politique ou associatif que j'avais connu jusqu'alors. C'était donc pour moi l'occasion d'acquérir des connaissances et des compétences professionnelles nouvelles.

Après un an et demi chez SpielFabrique en tant que AbP, j'aimerais ici présenter les missions dont j'ai eu la charge et les compétences que j'ai acquises, qui me permettent aujourd'hui de finalement continuer mon travail chez SpielFabrique.

## I) Mes missions chez SpielFabrique

La mission principale qui m'a été confiée en tant que chargé de projets est d'organiser le programme d'accélération et de développer et animer la communauté de studios qui ont participé à l'accélération depuis 2016. Je dois également organiser les autres projets de SpielFabrique (Marché de co-production, Enter Africa, etc.). Sans revenir sur les points expliqués dans mon rapport intermédiaire, je voudrais néanmoins développer ici, les changements qui ont eu lieu avec la pandémie de la Covid-19.

### 1. Le programme d'accélération : le moteur de mon année.

Le programme d'accélération est un programme d'accompagnement de start-ups françaises et allemandes dans l'industrie du jeu vidéo. Il se compose d'abord d'un accompagnement à distance par les deux mentors de SpielFabrique, Odile Limpach et Thierry Baujard et par des experts de SpielFabrique en rendez-vous individuels avec les studios accompagnés. Puis, nous organisons également trois workshops dans l'année, qui ont lieu alternativement en France et en Allemagne, chez nos partenaires régionaux (NRW, Hauts-de-France, Nouvelle Aquitaine), ainsi que de webinaires.

Comme expliqué dans mon rapport intermédiaire, mon travail consiste à organiser et à m'assurer de la bonne tenue de ces différents événements qui ont lieu dans ce programme. Cela implique de planifier les événements, de les organiser (invitations, réservations hôtels et restaurants), de suivre les questions liées aux budgets et de définir les dépenses en lien avec Odile et Thierry, de modérer les réunions et de communiquer à leur propos auprès de nos partenaires et sur les réseaux sociaux. En amont de ces événements, il y a aussi l'organisation de la sélection des studios. Il fallait lancer un appel à projets et préparer un jury en janvier pour sélectionner les studios.

J'ai dû également démarcher personnellement des studios en Hauts de France, car nous n'avions pas eu assez de projets. Grâce à mes recherches, nous avons pu trouver un studio originaire de Lille : Les Crafteurs ! Nous avons finalement recruté 5 studios français et 3 studios allemands. Nous avons également accompagné un studio étudiant de Berlin.

#### • **Le workshop à Düsseldorf, un défi d'organisation !**

Une fois les studios sélectionnés, le premier workshop a eu lieu à Düsseldorf, chez Ubisoft en présentiel début mars. Ce fût pour moi une expérience enrichissante, et le seul évènement en présentiel que j'ai pu faire de l'année, avant la pandémie de la Covid-19. Comme il s'agissait du premier workshop pour les studios sélectionnés dans notre programme d'accélération en 2020, il fallait également qu'il se passe bien. L'un des grands défis était d'organiser le workshop dans un laps de temps réduit, car le workshop avait lieu début mars, et nous avions sélectionné tous les studios à la mi-février. Il fallait également inviter les experts et définir l'agenda de l'évènement. Le workshop portait en particulier sur les stratégies de financement d'un jeu vidéo.

J'ai donc voyagé à Düsseldorf pour le workshop de 2 jours. Pendant ce temps, il faut faire preuve d'une disponibilité importante pour gérer les derniers détails de l'évènement, l'accueil des participants et leur départ, etc. Après toute cette préparation, il est très agréable de rencontrer tous les participants, d'avoir leur retour et de pouvoir profiter de l'évènement. Heureusement que nous avons pu faire cet évènement en présentiel, juste avant la déclaration du confinement en France et en Allemagne. Notre programme n'en aurait pas été le même. Ce workshop a lancé l'année !

- **Les workshops virtuels avec la Covid-19, un défi pour la créativité !**

Notre programme était déjà partiellement virtuel, car les studios n'étant pas avec nous, nous les accompagnions à distance en dehors de workshop. Je devais déjà à l'origine organiser des webinaires sur des thématiques particulières, ce que j'ai continué à faire.

En effet une de mes missions est d'organiser des conférences en lignes entre nos studios et certains experts. Dans ces conférences nous invitons des experts qui ne connaissent pas SpielFabrique, afin d'élargir notre réseau, mais aussi de renforcer notre offre pour les studios. Il s'agit donc en partie d'un travail de développement de notre activité. En 2020, j'ai organisé cinq webinaires sur les stratégies d'édition (*publishing*) pour jeux vidéo, sur l'amélioration de l'expérience utilisateur des jeux vidéo, sur les stratégies de communication et de management de communauté, et enfin sur les questions juridiques et contractuels d'une relation avec un éditeur pour les studios indépendants.

Cependant, bien que nous ayons déjà une forme d'expertise sur le travail d'accompagnement à distance (nous avons lancé en outre en janvier 2020, suite à mon initiative, une plateforme *Discord* d'échange avec les studios), la Covid-19 a été un défi dans l'organisation de notre programme. Nous avons dû le basculer entièrement en ligne. Cet évènement, qui a commencé avec le confinement en France puis en Allemagne à la mi-mars a ralenti un peu notre activité au début, mais très vite nous avons su rebondir. Si ces évènements qui perdurent aujourd'hui sont troublants, je dois bien dire qu'ils ont eu sur nous quelques effets bénéfiques.

Il a en effet d'abord fallu faire preuve de créativité pour réinventer des workshops en ligne. D'abord en effectuant un travail de recherche sur des outils qui nous permettraient de faire vivre des événements à distance, presque que comme en présentiel. Puis en organisant ces événements virtuels. Il fallait repenser notre modèle de workshop : garantir l'existence d'un événement de deux jours, sans obliger les participants de se connecter tout le temps. J'ai donc avec Odile Limpach, repensé nos agendas de workshops, avec plus de pauses entre les sessions. Nous envoyions également des spécialités pâtisseries aux participants juste avant les workshops, pour renforcer l'intégration des participants dans l'ambiance d'un workshop. C'était pour le moins un travail très divers, mais très amusant à faire, bien qu'un workshop en ligne n'eût pas la même force qu'un workshop en présentiel.

La deuxième raison pour laquelle cela nous a été bénéfique était que nous avons pu inclure plus de participants dans nos événements. A priori, on aurait pu dire que des événements en ligne en auraient démotivé certains, mais finalement nous avons eu une bonne présence de studios. Nous avons également pu inclure des studios de certains pays africains, de Suisse et de Croatie, que nous accompagnons sur des programmes différents. Cela a renforcé les échanges interculturels dans notre accélérateur et sûrement bénéficié à tout le monde !

Finalement, nous avons même organisé un workshop de plus que prévu, car les dépenses sont moins importantes. Cela a donc permis de renforcer le contenu de notre programme d'accélération. Trois workshops virtuels ont donc eu lieu en 2020.

La Covid-19 pousse enfin à une réflexion sur la création d'un programme plus hybride, en présentiel et en ligne, car cela renforce l'attractivité de SpielFabrique et rend possible des échanges interculturels plus facilement que normalement. En témoigne, le marché franco-allemand de co-production pour les jeux vidéo.

## 2. Le marché franco-allemand de co-production pour les jeux vidéo : un objectif atteint !

Comme raconté dans mon rapport intermédiaire, j'ai commencé mon AbP par gérer le marché franco-allemand de co-production pour les jeux vidéo de 2019. Ma prédécesseur, Natalia, avait cependant beaucoup fait pour organiser cet événement et je n'avais qu'eu à m'assurer de la bonne tenue du programme. En 2020, j'ai dû non-seulement organiser le marché, mais également repenser son mode d'organisation pour l'adapter à une version en ligne.

Cette année, la particularité était que nous invitions des studios belges et africains à participer au marché, car nous avons l'ambition de développer ce concept de co-production

plus largement et pas seulement à la France et à l'Allemagne. Le fait que cet évènement soit finalement en ligne, a sans doute facilité leur venue, bien qu'il y ait sans doute plus de difficultés à créer des liens entre les studios.

En effet, le marché de co-production est un évènement qui vise à faciliter des collaborations entre studios de différents pays, afin qu'ils coproduisent des jeux vidéo ensemble. Coproduire signifie à la fois cofinancer, c'est-à-dire apporter des financements de plusieurs pays, et co-développer le jeu vidéo, c'est-à-dire apporter plus de compétences dans la conception du jeu vidéo. La coproduction est donc une idée qui doit renforcer les échanges culturels entre les développeurs de jeux vidéo. Cela contribue également à renforcer l'importance des petits studios indépendants sur le marché en les ouvrant à de nouvelles communautés et en leur permettant de créer des jeux aux budgets plus importants. Il y a donc l'idée d'un renforcement économique de l'industrie par la coopération franco-allemande, européenne et internationale. La clé de ce renforcement est notamment la possibilité de créer des liens entre studios et développeurs de différents pays.

Le défi d'un marché virtuel, en ligne, est donc de garantir cet engagement des participants en créant des conditions de rencontres qui permettent des collaborations futures. Il a donc fallu organiser, en amont du marché, des rencontres en ligne pour que les studios apprennent à se connaître. Je pense que nous pouvons encore mieux définir ces rencontres, mais cela nous a permis d'engager un programme d'accompagnement plus spécifique des studios en préparation du marché.

Le marché en lui-même a eu lieu en ligne le 22 et 23 Septembre, nous avons eu une session en directe pour la partie qui concerne les conférences. Il fallait s'occuper de tous les intervenants, leur donner les informations de connexion pour le jour J, un vrai travail de logistique en somme. Bien que l'évènement ait eu lieu en ligne, j'ai l'impression qu'il était plus intense qu'en présentiel. Car il fallait tout au long de la journée s'assurer que les meetings en ligne se déroulaient sans problème et que, dès lors qu'il y avait le moindre souci, de connexion par exemple, il fallait pouvoir trouver des alternatives ou des solutions sans avoir les gens auprès de soi. Il fallait donc garantir une grande disponibilité auprès des participants. Les journées étaient donc très intenses, mais finalement fructueuses, car 5 projets de co-production sont sortis du marché !

Nous avons donc ensuite accompagné ces projets jusqu'à un deuxième rendez-vous en Novembre, qui avait pour but de lancer concrètement la collaboration entre les studios, après des discussions supplémentaires. Cela demandait donc pour moi de suivre l'évolution de ces discussions et d'orienter les studios vers les bons experts pour qu'ils continuent à collaborer.



Voir ces projets de coproduction émergés d'un évènement que j'organisais est pour moi une grande satisfaction et fierté, car j'ai le sentiment de participer à la réussite d'échanges internationaux et culturels et cela correspond réellement à mes motivations pour travailler chez SpielFabrique. Ces motivations n'en sont que renforcées, avec des projets internationaux qui dépassent la France et l'Allemagne

### 3. Les projets internationaux au-delà de la France et l'Allemagne.

Une de mes grandes satisfactions au cours de mon AbP et d'avoir non seulement pu organiser un programme franco-allemand, d'avoir parlé allemand à un niveau professionnel, mais également de développer des compétences en anglais. Ayant fait des études de relations internationales, il était important pour moi d'avoir une expérience qui dépasse les frontières du franco-allemand, que je connaissais depuis un an. C'est ce qu'il s'est passé avec *Enter Africa* et le « *European Games Debate* ».

- **Enter Africa : les richesses culturelles de l'accompagnement de start-ups africaines**

Enter Africa est un programme que nous avons lancé en Novembre 2019 en partenariat avec le Goethe Institut, lors d'un appel à projets pour trouver des studios de jeux vidéo dans 15 pays d'Afrique subsaharienne. Après avoir organisé le jury de sélection en Janvier 2020 et puis sélectionné les studios, nous avons commencé le programme qui avait un double but, professionnaliser ces studios et les aider à trouver un coproducteur en Europe, et particulièrement en France et en Allemagne.

Nous avons sélectionné trois studios, du Sénégal, de Côte d'Ivoire et de République Démocratique du Congo, qui étaient évidemment à des niveaux de développement différents que les studios que l'on connaît en Europe. Pour autant, l'accompagnement à distance a plutôt bien fonctionné et les studios très disponibles et à l'écoute des conseils donnés par Odile, Thierry et les experts mobilisés pour ce projet. C'était une expérience culturelle aussi intéressante de comprendre leur situation particulière et leurs besoins différents des studios européens.

L'enjeu pour moi était tout particulièrement d'assurer la communication du projet et de communiquer sur ces trois studios. Il fallait mettre en place une nouvelle page web sur le site de SpielFabrique, récupérer les logos, écrire des résumés des studios, en anglais, en français et en allemands. Communiquer à leurs propos sur les réseaux sociaux, mais également sur des évènements et salons du jeu vidéo, afin qu'ils puissent être visible auprès des professionnels du jeu vidéo en Europe. On a donc conclu des partenariats de sponsoring avec des salons comme la *BerlinGamesWeek*, *Ludicious* (festival du jeu vidéo de Zürich), la

*Gamescom* et *l'Indie Arena Booth*. J'ai notamment participé à la création d'une scène virtuelle pour présenter les studios pendant ce dernier évènement.

À la fin, les studios ont participé au marché de coproduction, et l'un des trois studios a réussi à trouver un coproducteur allemand et un coproducteur français pour développer son jeu. Ce projet était parfois difficile, car malheureusement nous n'avons pu voir les studios en vrai, mais cela a été un projet riche en enseignement, notamment pour moi au niveau des possibilités et enjeux liés à la visibilité de ces studios.

- ***European Games Debate : un évènement à grande échelle !***

Le second projet international est celui qui a presque clôturé mon année AbP. Le *European Games Debate* est un évènement que nous avons organisé le 2 décembre 2020. Il s'agissait d'un débat en ligne sur le renforcement du financement des jeux vidéo en Europe. Comment faire pour que l'Europe devienne un acteur majeur de la production de jeux vidéo consommé sur son territoire ? Diffusé en direct sur la plateforme Twitch, il y avait 25 intervenants, 150 participants. Il s'agissait du plus gros évènement de l'année. Bref la cerise sur le gâteau !

Il faut bien constater que sans les expériences précédentes, cet évènement aurait pu être plus difficile à organiser pour moi. Je me suis en effet servi des choses acquises au cours de mon AbP pour organiser cet évènement. En particulier au niveau de la planification, de la gestion des intervenants et de la communication autour du projet. Les intervenants étaient d'ailleurs d'une importance particulière et ce projet était soutenu par le Ministère allemand pour les transports et infrastructures numériques (*BMVI, Bundesministerium für Verkehr und Digitale Infrastruktur*).

L'un des principaux enjeux était de garantir un bon fonctionnement de la diffusion en direct, à la fois sur le plan technique et sur le plan logistique. Nous avons travaillé avec une autre entreprise pour la réalisation technique, avec qui je coordonnait le programme de diffusion. Nous avons diffusé le débat depuis un studio du ministère et depuis Zoom, la plateforme de vidéo conférence. C'était comme dans un studio de télévision ! Sur le plan logistique, il fallait que je veille à la présence de tous les intervenants au bon moment pour éviter les problèmes pendant le direct. Il a donc fallu faire un gros travail d'information en amont, pour être certain que tout se passe bien, que j'ai pu anticiper grâce à mes expériences précédentes.

L'autre enjeu était de faire venir le plus de monde possible à cet évènement. Il a donc fallu organiser une véritable campagne de communication. C'est ainsi que j'ai appris à créer une Newsletter et créer une identité visuelle autour de l'évènement. Comme celui-ci était tout nouveau, j'ai créé un logo, défini une charte graphique, afin de garantir son identité visuelle.

Je me suis beaucoup amusé à créer ces différents éléments. Cela a nourri mon besoin de créativité et d'imagination. Enfin, les 150 participants à l'évènement ont finalement été une réussite au niveau de la communication !

Cette année AbP a donc été riche en projets et en aventures. Travailler chez SpielFabrique revient à découvrir de nouveaux projets presque tous les jours. J'attendais beaucoup de ce monde des start-ups et de l'entrepreneuriat pour me mettre au défi de la réactivité et de la créativité et j'ai eu l'opportunité de répondre à ce challenge. Cela m'a permis de découvrir de nouvelles capacités en moi et d'améliorer certaines de mes compétences.

## **II) Mon évolution chez SpielFabrique**

Tout au long de l'année, j'ai eu l'impression de beaucoup évoluer personnellement et de prendre confiance en moi, j'aimerais développer ici ces différents points.

### **1/ Les développements de mes compétences**

En arrivant à SpielFabrique, je cherchais à faire mes preuves dans un environnement créatifs et dynamiques, qui me sortent de certaines zones de confort ou connues, qui ne m'intéressaient plus tellement. J'avais fait beaucoup de choses pour les jeunes, en tant que chef scout ou pendant mon volontariat franco-allemand. J'avais envie d'une expérience qui me mettent face à des personnes plus expérimentées, toujours dans un contexte international, car j'avais l'impression de ne plus progresser dans l'animation de programme pour la jeunesse. En outre, mes études plutôt politiques m'emmenaient vers des métiers administratifs ou très politiques qui ne m'intéressaient plus, à cause notamment de leur aspect rigide et un peu froid. Bref, j'avais envie de m'amuser et de découvrir des choses nouvelles. Il me semblait également important de comprendre le fonctionnement des entreprises, avant de travailler dans des institutions qui visent à régir le fonctionnement.

Cette expérience chez SpielFabrique m'a permis de le faire. Je ne connaissais rien au monde du jeu vidéo, ni des start-ups, et sans dire que je connais tout aujourd'hui, bien au contraire, je me suis familiarisé avec. C'est un univers créatif et très professionnel, où il y a de la liberté, et cela me plaît. J'ai beaucoup aimé travailler sur un programme d'accompagnement de ces petites entreprises, car être à l'origine d'un potentiel succès futur était intéressant. Travailler avec des personnes ambitieuses et créatives a été très stimulants. Néanmoins, je n'ai pas abandonné non plus les connaissances acquises pendant mes études, car nous travaillons sur des sujets liés aux politiques publiques qui concernent les industries créatives (jeux vidéo, mais aussi musique cinéma, etc.) Je peux donc mettre à profit ou approfondir ce que j'ai appris sur ces sujets. Dans le cadre de SpielFabrique, je participe notamment activement à un projet européen sur l'innovation dans les industries créatives, et c'est très

intéressant de creuser des sujets comme la fragmentation de ces industries en Europe ou de leur attractivité.

J'ai pu d'abord devenir plus rigoureux en organisant des évènements pour des professionnels. Au début, ces responsabilités me pesaient un peu, car j'avais peur de ne pas être au niveau. C'est pourquoi cela m'a permis d'être plus attentif aux détails de mon travail. Cela m'a aidé à chercher à m'engager plus à fond dans les projets afin de garantir leurs réussites. Cela évidemment m'a demandé du temps, mais au fur et à mesure des évènements et des objectifs atteints, j'ai pris beaucoup de confiance en moi et récolté les fruits de mon travail sur le plan personnel. J'ai surtout découvert que j'aimais être dans le feu de l'action des évènements, alors que je me définissais comme quelqu'un de plutôt calme et réfléchi.

En effet, chercher les solutions au cœur de l'action est également quelque chose que j'ai développé avec la Covid-19, car cela m'a obligé également à devenir plus créatif pour développer les projets de SpielFabrique. Cette capacité d'adaptation dans un monde professionnel mouvant a été très riche, mais m'a aussi fait prendre conscience de ne plus planifier et organiser en amont. Ce que j'ai mieux su faire à mon avis depuis Août 2020.

Cette expérience chez SpielFabrique m'a également permis de développer des savoir-faire plus concrets comme gérer des réseaux sociaux, écrire une newsletter faire un logo, modérer des évènements en anglais, entretenir des relations professionnelles avec des partenaires internationaux. En outre de l'organisation des projets, j'ai découvert un intérêt pour les métiers de la communication.

## 2/ La poursuite d'un projet professionnel précisé

J'ai la chance aujourd'hui de pouvoir continuer l'aventure SpielFabrique jusqu'en juin 2022. C'est donc pour moi l'occasion de continuer à développer les compétences que j'ai acquises pendant mon AbP. Comme j'ai été très intéressé par ces questions liées à la définition d'une stratégie de communication et que je me suis beaucoup amusé à manager la communauté SpielFabrique sur les réseaux sociaux et Discords, je souhaite continuer à aller plus loin dans ce domaine.

Bâtir des relations entre la France et l'Allemagne, et au niveau international plus largement, a toujours été un objectif pour moi, que j'estime en partie atteint aujourd'hui. L'enjeu maintenant est de rendre ces liens plus forts en permettant des relations plus naturelles entre le gens et sans forcément les provoquer. J'ai été très content, quand j'ai su que certains studios français et allemands s'étaient échangé quelques compétences, pour faire des sites web ou des avatars, se recommander des partenaires ou des personnes, voir travailler ensemble. J'aimerai continuer à rendre ces relations possibles.

Ce travail de communication et de management de communauté est aussi un travail très créatif, qui demande de faire appel à la maîtrise des langues, à de l'humour, ou un certain sens artistique. Mais, je souhaite continuer à apprendre d'autres facettes des métiers de la communication, comme les relations avec la presse. Il est pour moi important de prendre désormais plus d'initiatives pour faire avancer et développer les projets.

Pour conclure, cette année AbP a été une vraie chance pour moi. Entrer sur le marché du travail d'un pays étranger, de travailler de manière internationale ou encore d'être toujours mis au défi de nouveaux projets. Je pense avoir beaucoup appris et je souhaite maintenant apporter encore plus mes compétences, afin de faire évoluer nos projets dans le bon sens. J'ai le plaisir de continuer chez SpielFabrique. Le programme AbP est donc une vraie chance pour l'emploi et le développement des compétences des jeunes comme moi. Je pense qu'il garantit également un cadre idéal pour se développer personnellement dans le monde professionnel. Une expérience comme chez SpielFabrique est également très riche pour la diversité de ses projets et des interlocuteurs, et témoigne du dynamisme du franco-allemand et de l'Europe sur des thématiques modernes et nouvelles comme les jeux vidéo.